

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
BRAND BAKSO ALEX
(Studi Pada Konsumen Bakso Alex di Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat–Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Di susun oleh:
MUHAMMAD NUR HIDAYAT
B 100 120 329

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
BRAND BAKSO ALEX**

Yang ditulis oleh :
MUHAMMAD NUR HIDAYAT
B 100 120 329

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2017
Pembimbing



(Dr Edi Purwo Saputro, S.E.,M.Si)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, M. Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMMAD NUR HIDAYAT**
NIRM :
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK,
KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA BRAND BAKSO ALEX**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2017

Yang Membuat Pernyataan

MUHAMMAD NUR HIDAYAT

MOTTO

Janganlah membanggakan dan menyombongkan diri apa-apa yang kita peroleh,
turutdan ikutilah ilmu padi makin berisi makin tunduk dan makin bersyukur
kepada yang menciptakan kita Allah SWT.

Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu memanfaatkannya tidak menggunakan
untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu)
(H.R. Muslim)

Barang siapa yang keluar dalam menuntut ilmu maka ia adalah seperti berperang
di jalan Allah hingga pulang.
(H.R. Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- Allah SWT, yang telah memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, TanpaNya tulisan ini tiada bermakna.
- Bapak dan Ibuk tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, semangat, pengorbanan, doa dan kebahagiaan kepadaku serta saudaraku tersayang Siti Nur Hidayati, dan Muhammad Nur Hudha.
- Seluruh keluarga besarku dan sahabat-sahabatku tersayang.
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA *BRAND* BAKSO ALEX”**.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Edi Purwo Saputro, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi bagi penulis yang telah banyak memberikan arahan, ilmu dan bimbingannya.

4. Ibu Rini Kuswati, S.E, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Bapak dan Ibuk tercinta atas kasih sayang, jasa-jasanya, kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis semenjak kecil serta banyak memberikan bantuan baik materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Kerabat-kerabat semua (Ednan, Erfina, Pane, Undira, Shella, Novia, Aryo, Mas Hendro, Fahri, Rohma, Lutfie, Susi, Dodi, Aris, Winda, Bangkit, Elina, Kadir, Novitria, Novita, Tasya, dan semua yang belum tersebut) atas kebersamaan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua serta dapat menambah wawasan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperluas

wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri dan kemajuan pendidikan dimasa yang akan datang.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Surakarta, Januari 2017

Penulis

MUHAMMAD NUR HIDAYAT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	5
A. Tinjauan Pustaka dan Hipotesis.....	5
1. Citra Merek	5
2. Kualitas Produk	5
3. Kualitas Layanan	6

4. Minat Beli Konsumen.....	6
B. Penelitian Terdahulu.....	7
C. Hipotesis	9
D. Kerangka Pemikiran	11
BAB III METODE PENELITIAN	14
A. Metodologi Penelitian.....	14
1. Data dan Sumber Data	14
2. Metode Pengumpulan Data.....	14
3. Populasi dan Sampel.....	15
B. Metode Pengumpulan Sampel	16
1. Uji Validitas	16
2. Uji Reliabilitas	16
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	17
1. Variabel Penelitian.....	17
2. Definisi Operasional Variabel	17
D. Metode Analisis Data	21
1. Analisis Kualitatif.....	21
2. Analisis Kuantitatif.....	23
E. Alat Analisis	24
1. Analisis Regresi Berganda.....	24
2. Uji Goodnes of Fit Model.....	25
3. Uji t	26
4. Uji F.....	27

5. Uji R^2 (koefisien determinasi)	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Deskripsi Responden	30
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	30
1. Hasil Uji Validitas	30
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	31
3. Hasil Uji Hipotesis.....	31
C. Pembahasan	36
BAB V PENUTUP	38
A. Kesimpulan.....	38
B. Keterbatasan penelitian.....	38
C. Saran	39

DAFTAR PUSTAKA.

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian	13
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Uji Validitas
Lampiran III	Uji Reliabilitas Citra Merek dan Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Uji Reliabilitas Kualitas Layanan dan Minat Beli Konsumen
Lampiran IV	Uji Regresi
Lampiran V	Hasil Olahan Excel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen pada produk Bakso Alex. Dengan menggunakan metode analisis data uji validitas, reliabilitas dan hipotesis untuk melihat seberapa besar pengaruh minat beli konsumen terhadap produk Bakso Alex. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa penyebaran kuisisioner pada 100 responden konsumen Bakso Alex. Sumber data tersebut berdasarkan hasil pengolahan kuesioner melalui SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dengan semua variabel dinyatakan valid dengan nilai *corrected item-total correlation* masing-masing variabel diatas 0,195, uji reliabilitas dengan hasil pengujian penelitian ini masing-masing variabel dinyatakan reliabel dengan *Cronbach Alpha* diatas 0,600. Dengan kriteria bahwa minat beli konsumen serta variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan bernilai positif dan berpengaruh terhadap minat beli konsumen, uji hipotesis melalui uji t pada variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan signifikan. Uji F pada masing-masing variabel berpengaruh secara signifikan dan hasil uji R^2 sebesar 62,2% dan sisa nya dijelaskan oleh variabel lain sebesar 37,8%.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, kualitas layanan dan minat beli konsumen

ABSTRACT

Presentation of the study aims to determine the effect image review brands, products and quality service quality customer against buying interest Bakso Alex products. article search by Google using test data analysis method that the validity, reliability and hypotheses for a review Seeing how big influence buying interest consumer product of Bakso Alex. Data used hearts research presentation is a primary data dissemination the form of questionnaire respondents consumers at 100 Bakso Alex. The source data is based on the findings of the questionnaire processing through SPSS. Data analysis techniques used that is the test of validity with all the variables declared invalid value *corrected item-total correlation* of each variable above 0,195, with reliability test results singer research testing each variable is declared reliable with *Cronbach Alpha* above 0,600. By criteria that buying interest consumers well as variable image of brand, product and quality service quality positive value and influence on consumer buying interest, hypothesis testing through t test brand image variable on quality service quality products and significant. Test F on each of the variables significantly influence operates commercial test article R^2 of 62.2% and the rest of her is explained by variables lie at 37.8%.

Keywords: brand image, products quality, quality customer service, and buying interes.